

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 118-27.10.2023**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Пермскому краю**

Запрос рассмотрен 6 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 27.10.2023 — 02.11.2023

**Описание рекламного продукта**

В феврале месяце 2023г. на первом этаже торгового центра "Спешиле", расположенного по адресу: г.Пермь, ул.Спешилова, д.114, размещена информация следующего содержания: "ARYAhome Позволь себе ЛУЧШЕЕ. Текстиль и товары для дома".

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю (далее — УФАС), где рассматривается дело в отношении ООО "Мир текстиля", ООО "Камастиль" по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

**Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

**Оценка экспертов**

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Содержит ли данная рекламная информация сведения о преимуществах товаров, предлагаемых в магазине «Агуа home», перед товарами иных продавцов, то есть признаки нарушений п.1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона "О рекламе" ?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 3. Имеются ли в данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

В данной рекламе нет указаний на конкретные преимущества одного товара по сравнению с товарами других производителей. Есть призыв купить лучшее.

Поскольку реклама должна толковаться буквально (ст. 431 ГК) и по правилам русского языка как языка государственного, то при таком толковании необходимо констатировать, что в данной рекламе слово "лучшее" используется не сравнительная степень, а как элитив (омонимичная с превосходной степенью форма имени прилагательного, обозначающая безотносительно высокую степень качества). Поэтому данная реклама не содержит указаний на то, что товары рекламодателя являются лучшими, она призывает позволять все лучшее.

### **Особое мнение**

Особых мнений не поступило.

### **Решение**

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.
2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

